



Bulletin de l'APAD

15 | 1998

Les dimensions sociales et économiques du
développement local et la décentralisation en Afrique
au Sud du Sahara

Sur la télévision suivi de L'emprise du
journalisme, par Pierre Bourdieu, Paris, Liber
Editions, 1996, ISBN-ISSN : 2.912107.00-8,95 p.

Jean-Pierre Jacob



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/apad/572>

ISSN : 1950-6929

Éditeur

LIT Verlag

Édition imprimée

Date de publication : 1 mai 1998

Référence électronique

Jean-Pierre Jacob, « Sur la télévision suivi de L'emprise du journalisme, par Pierre Bourdieu, Paris, Liber Editions, 1996, ISBN-ISSN : 2.912107.00-8,95 p. », *Bulletin de l'APAD* [En ligne], 15 | 1998, mis en ligne le 20 décembre 2006, consulté le 02 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/apad/572>

Ce document a été généré automatiquement le 2 mai 2019.

Bulletin de l'APAD

Sur la télévision suivi de L'emprise du journalisme, par Pierre Bourdieu, Paris, Liber Editions, 1996, ISBN-ISSN : 2.912107.00-8,95 p.

Jean-Pierre Jacob

- 1 L'adhérent de l'APAD ne peut guère lire le dernier petit livre de Pierre Bourdieu sur la télévision sans être frappé par la pertinence des thèmes qui y figurent et qui devraient être pris au sérieux si l'on souhaitait faire une analyse sociologique approfondie de cet autre grand avatar de la modernité qu'est la coopération au développement. Je citerai, sans souci d'exhaustivité, les thèmes de la "production collective", des "acteurs obligés" ¹ et de "l'échec maïeutique".
- 2 Dans le livre de Bourdieu, l'idée de production collective comprend deux aspects. D'abord le fait que la fabrication de phénomènes sociaux comme l'information doit être comprise au travers du filtre d'un champ professionnel qui produit un effet de clôture, chaque producteur travaillant en priorité en référence au travail des autres, les pairs étant à la fois les producteurs et les premiers "clients" - le groupe-cible privilégié - des médias. Chacun tente d'égaler ce que fait le voisin, d'anticiper sa production pour le supplanter ou d'emprunter les instruments supposés de sa réussite, ce qui aboutit au paradoxe d'une concurrence qui devrait être facteur d'originalité et qui favorise dans les faits l'uniformité de l'offre. Ce thème a son équivalent dans le domaine du développement où les intervenants se disputent le privilège de vulgariser auprès de partenaires identiques les mêmes stratégies à la mode, la Banque mondiale (pour les coopérations bilatérales) et la Communauté Européenne (pour les ONG) n'ayant pas peu contribué, depuis les années 1980, à restreindre encore l'offre de développement considérée comme légitime. L'idée de production collective comporte également un autre aspect dans la mesure où l'obligation de renouvellement rapide des idées dans un monde concurrentiel comme celui des médias entraîne comme corollaire l'amnésie permanente vis-à-vis du passé, thème dont nombre d'observateurs avertis (G.M. Foster, G. Lachenmann, J-P. Chauveau, G. Hyden, J.-F.

Baré) a relevé la pertinence dans le monde du développement et sur lequel je n'insisterai pas. On notera que dans le domaine de la coopération, la notion de production collective va même beaucoup plus loin que dans le journalisme puisqu'elle englobe également les individus qui devraient être d'abord les usagers des projets, invités, au nom de toutes sortes de mots d'ordre actuels (auto-promotion, participation, empowerment), à en devenir également les producteurs. Il n'existe pas aujourd'hui de programme qui ne demande aux paysans, aux femmes ou au groupe de voisins de contribuer aux investissements en travail ou en argent, à prendre part à l'élaboration des objectifs...

- 3 Pierre Bourdieu stigmatise également, dans le domaine des médias, ces locuteurs obligés, intellectuels "hétéronomes", prêts à toutes les collaborations, qui dispensent de chercher ceux qui auraient vraiment quelque chose à dire sur tel ou tel sujet, "c'est-à-dire souvent, des jeunes, encore inconnus, engagés dans leur recherche, peu enclins à fréquenter les médias, qu'il faudrait aller chercher, alors qu'on a sous la main, toujours disponibles et prêts à pondre leur papier ou à donner leur interview, les habitués des médias" (p. 32). Les projets de coopération ont également leurs acteurs obligés, bureaux d'études et consultants "indépendants", tributaires pour leur survie financière des quelques mandants auxquels ils sont liés, le marché de la coopération étant un marché profondément segmenté : qui travaille pour la coopération suisse trouvera difficilement du travail auprès de la coopération française et inversement. Cette situation de dépendance va les pousser, d'une part, à se présenter comme suffisamment polyvalents pour pouvoir répondre à la plupart des demandes d'expertise et d'autre part, à ne pouvoir se payer le luxe d'un jugement libre, c'est-à-dire à passer sur toutes les exigences de leurs puissants partenaires et à les conforter dans leurs certitudes quant au choix de politiques qu'ils ont adoptées.
- 4 Pour conclure ce parallèle entre médias et coopération, on pourrait insister sur l'échec maïeutique qu'évoque également le sociologue dans son ouvrage, les groupes-cibles étant face aux professionnels du développement un peu comme le public (grévist, usagers, représentants de l'opinion publique) à qui les professionnels de la télévision prétendent donner la parole et qui, au lieu de les aider, de se mettre au service d'une expression qu'ils estiment sûrement importante, les enfoncent, manifestent de l'agacement parce qu'ils ne savent pas parler ou parce qu'ils prennent trop de temps pour dire des choses vraiment essentielles. Cette incapacité à se mettre à la place de l'autre et à augmenter ses possibilités d'énonciation se retrouve dans le domaine du développement et il faudrait relire à ce propos l'étude réalisée par Pierre-Joseph Laurent (Laurent 1998). Elle décrit les affres des leaders d'une association paysanne burkinabé face aux bailleurs de fonds et à leurs exigences, et rend compte de manière très efficace de leur découragement lorsque ces paysans au "français insuffisamment formé" (ce sont leurs termes) échouent à rédiger les fameuses requêtes auxquels les renvoient inlassablement des ONG qui veulent, littéralement, ne juger que "sur pièces". Le président de l'association s'exprimera d'ailleurs sur le problème en termes définitifs : "Les bailleurs doivent laisser les associations paysannes tranquilles avec les problèmes de dossiers. Si nous savions écrire des projets, nous ne serions pas paysans".

BIBLIOGRAPHIE

Freudiger, P. 1998. *Etude comparative de six expériences en matière d'appui au développement local en milieu rural au Burkina Faso*. Genève : IUED (mémoire de diplôme de recherche).

Laurent, P.-J. 1998. *Une association de développement en pays mossi. Le don comme ruse*. Paris : Karthala.

NOTES

1. Je dois ce concept à P. Freudiger (1998).

AUTEUR

JEAN-PIERRE JACOB

IUED, CP 136, CH-1211 Genève 21, Suisse - jacob@uni.2a.unige.ch